

*Н. А. Трофимова,
доктор филологических наук,
профессор НИУ ВШЭ
В. В. Осипова*

ОЛЬФАКТОРНОСТЬ КАК ПРЕДМЕТ ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье рассматриваются основные направления исследования запаха и его восприятия в общегуманитарных науках в целом (философия, антропология, психология, социология), и в лингвистике, в частности. Рассматривается ряд отечественных и зарубежных работ, посвященных исследованию различных аспектов проблемы, обозначаются основные подходы к исследованию запаха и его восприятия.

Ключевые слова: ольфакторный, одорический, запах, восприятие.

*N. A. Trofimova
Grand PhD, professor,
Higher School of Economics
V.V. Osipova*

OLFACTORY PERCEPTION AS A SCOPE OF RESEARCH

The paper discusses the main directions in the research of smell in humanities in general (philosophy, antropology, psychology, sociology) and linguistics in particular. The authors consider a number of domestic and foreign studies on the various aspects of the problem and identify the main approaches to the study of smell and its perception.

Keywords: olfactory, smell, odor, perception.

Запах играл, бесспорно, огромную роль в истории цивилизации, еще на заре развития человеческого общества ольфакторность использовалась в различных сферах жизни человека: в религиозных обрядах, медицине, кулинарии, парфюмерии. И сегодня запахи имеют неоценимую эстетическую, научную, социальную и практическую ценность, оказывают влияние на мироощущение, воздействуют на настроение, самочувствие, работоспособность человека, возбуждают, успокаивают, угнетают, вызывают эмоции и воспоминания, предупреждают об опасности.

Но запахоощущение современного человека значительно изменилось. Сегодняшний уровень технического прогресса создает для человека искусственный мир, элиминирующий необходимость использовать

обонятельный аппарат для выживания, поэтому запахи и их восприятие утратили свою первоначальную роль в адаптации человека к миру, многие функции обоняния атрофировались: современный человек только около 2% информации получает через ольфакторный канал коммуникации. Тем не менее роль обонятельного анализатора в жизнедеятельности человека продолжает оставаться неоспоримо важной, что предопределяет настоятельную необходимость изучения биологических и психофизиологических основ запаха, его культурного значения в жизнедеятельности человека, а также особенностей его обозначения языковыми средствами. Настоящая статья представляет собой краткий обзор направлений и сфер исследования запаха, необходимый для создания общего представления о круге проблем, связанных с этой сложной областью человеческого существования.

Первым направлением исследования следует считать сферу **анатомии** обонятельного аппарата и **физиологии** восприятия запахов. Первые идеи о функционировании обоняния были изложены еще в глубокой древности римским писателем Лукрецием (97-55 в. до н.э.) в труде «О природе вещей». Спустя почти двести лет основоположник экспериментальной физиологии Клавдий Гален (129-199 в. н.э.) открыл и описал обонятельный нерв. В средние века (15-16 вв.) ученые активно занимались морфологическими исследованиями нейрофизиологической структуры носа. Первая общая теория восприятия запахов была создана Э. Г. Фишером и Л. К. Полингом в 1886 году, позднее она была развита в работах Дж. Эймура, автора стереохимической теории запахов, Г. М. Дисона и Р. Х. Райта, создателей вибрационной теории запахов. Современная наука четко формулирует данные о функционировании физиологического механизма восприятия запаха: "В обонятельном эпителии в носовой полости расположены обонятельные рецепторные нейроны. Нервные волокна (аксоны) идут от нейронов на обонятельные луковицы, которые принимают и обрабатывают информацию о запахе. В луковице обонятельные нейроны передают сигнал

на митральные клетки. Аксоны митральных клеток переносят сигналы о запахах в обонятельный центр мозга" [Майоров, 2007]. Сегодня известны тонкие нюансы функционирования обонятельной системы, например, факт, что восприятие запахов подвержено возрастным изменениям. Достигнув наивысшего развития в период полового созревания, оно обычно ухудшается с возрастом. Особенно заметно снижение обонятельной чувствительности после 45-летнего возраста, что объясняется уменьшением рецепторной поверхности обонятельной области носа и общими изменениями в организме. Вместе с тем существуют "нюхачи", которые долго не утрачивают своих индивидуальных способностей. Видимо, этому способствует постоянная тренировка: по некоторым данным, дольше других сохраняют остроту обоняния химики, парфюмеры, дегустаторы, работники пищевой и табачной промышленности [Шеврыгин, 1972: 70].

Ощущение и восприятие запахов находятся в центре внимания **психологии и психофизиологии**, дескриптивные способы исследования которых позволяют измерить и описать непосредственные физические реакции на различные ароматические вещества (частота пульса, электрически определяемое состояние кожи, нервов, мозга и т.д.), эмоциональное состояние (чувство радости и раздражения), возникающее при восприятии запаха, а также значение обонятельных реакций в поведении человека (сексуальное поведение, поведение на работе, потребительское поведение и т.д.) [Raab, 2001: 44].

В качестве частного аспекта психологических исследований в области обоняния выделяют так называемую запаховую гедонику. Речь идет о том, что восприятие запахов у людей всегда связано с их гедонистической оценкой в отличие от восприятия сигналов других модальностей. Люди могут оценивать запахи как приятные или неприятные на основании лишь обонятельного опыта, не связывая их восприятие с какими-либо предметами. Запахи могут непосредственно влиять на настроение – простое ощущение того или иного запаха может приводить к изменению настроения человека,

вызывая расслабление, возбуждение или усиление чувственности. Приятные запахи улучшают настроение, а неприятные могут его ухудшить. Поэтому люди активно изменяют запаховую среду, в которой они находятся: проветривают помещения, окуривают их благовониями, используют парфюмерию.

Гедонистическая оценка различных запахов дала основания психологам для создания специфического описания духов: необходимо правильно представить запах парфюма, чтобы каждый потребитель мог найти что-то подходящее именно для него. При этом психологов интересуют не столько свойства самого аромата, сколько эффект, который он оказывает на сознание. Один из вариантов типологии запахов с психологической точки зрения предлагает доктор С. Еллинек [Jellinek, 1994: 235]. Он выделяет четыре грани женской природы (изысканность, спортивность, естественность, соблазнительность) и распределяет духи по двум шкалам: «тепло – холод» и «романтика – независимость». На основе определенных им критериев (цвет волос; психологический тип («мать»/ «любовница»); характер («женский»/«мужской»); жизненный и сексуальный опыт («наивность»/«изошренность»); возраст; сфера деятельности) С. Еллинек предлагает женщинам различные виды парфюма: антиэрогенные, стимулирующие, эрогенные, наркотические, свежие, возбуждающие, сексуальные, успокаивающие.

Еще одна важная область психологических исследований касается влияния запахов на поведение людей, в первую очередь в сексуальной сфере жизни. Дело в том, что запах половых аттрактантов оказывает яркое эротизирующее воздействие, влияет на сексуальную привлекательность и репродуктивное поведение полов. Автор скандальной книги «Голая обезьяна» М. Десмонд [Десмонд, 2001] предполагает, что возникновение чувства любви основано на необходимости оставить свой обонятельный отпечаток на теле партнера, то есть зафиксировать на нем свой

индивидуальный запах. Это доказывает и тот факт, что по достижении полового созревания меняется предпочтения в запахах.

Изучение обоняния в **философии** началось еще в античной Греции, где четко разделяли чувственное и рациональное познание. Представители досократической философии и позже софисты отрицательно относились к чувственному восприятию человека. Они считали, что чувства являются источником заблуждений [Raab, 2001: 55].

По мнению Платона, чувственное восприятие демонстрирует нам вещи в их постоянно меняющемся проявлении. Запахи Платон разделял на два класса: приятные и неприятные и оценивал их по тому, какие чувства они вызывали. Позитивными считались запахи, которые доставляли эстетическое удовольствие и не пробуждали какие бы то ни было физиологические проявления организма. Отрицательно оценивались запахи, являющиеся источником плотской страсти, возбуждающие чувства наслаждения и неукротимого голода, приводящие впоследствии к затормаживанию сознания и созерцания [там же: 56].

После Платона философы практически не уделяли внимания чувству обоняния, только спустя тысячелетия на запахи обратил заинтересованный взгляд Э. Кант. Он рассматривает обоняние исключительно как чувство наслаждения, которое не влияет на восприятие, но оказывает положительное воздействие на сознание.

Новый западноевропейский философский дискурс свидетельствует о доминировании визуального в мышления. попытки преодоления которого, однако, предпринимались не раз: вспомним, например, «ухо Хайдеггера», вслушивающегося в бытие, и «нос Розанова», в бытие «внюхивающегося». Розанов считал, что «нос» гармонизирует связи всех уровней мироздания, ибо обоняние, по его мнению, более других органов чувств свидетельствует о единстве человека, животных и богов [Розанов, 1990: 598].

Радикальный взгляд на обоняние имел также Ф. В. Ницше. Он увидел взаимосвязь между запахом и сознанием и изменил отношение от ранее отрицательно интерпретируемого чувства к чувству истины и разума.

В **антропологии** изучение чувственного восприятия составляет лишь небольшую область исследований. На сегодняшний день существует очень небольшое число научных работ, в которых общество и культура рассматриваются во взаимосвязи с обонянием.

Первые "запаховые" работы в рамках данной дисциплины относят к началу нового века, когда чувственное восприятие изучается параллельно с исследованием природы человека, различий между народами и расами с точки зрения антропометрии (работы Малиновского, Радклифф-Брауна, Бенедикта, Леви-Стросса и др.). Так, А. Радклифф-Браун выяснил, что во многих "примитивных культурах" годовой календарь составляется на основе изменяющихся запахов определенных растений [Radcliffe-Brown, 1933: 311].

В новых и новейших этнологических исследованиях чувственное восприятие становится центральной идеей, ему придается статус конституирующего элемента культуры, регулятора природы и социальной жизни. Считается, что жизненные фазы (младенчество, половое созревание, юношество, старость), переходы между ними (инициация и замужество), границы жизни в общем смысле этого слова (рождение и смерть) определяются разными запахами, чтобы таким образом выделиться или разделить между собой. Запах в данном контексте является знаком, указывающим на положение индивида в одном из полей, относящим его к определенной социальной группе. При этом стереотипное мнение об индивидах или социальных группах зачастую складывается на основе исходящих от них или характерных для них запахов, определяющихся понятиями "приятный/неприятный" или "притягивающий/отталкивающий".

Запах является элементом культуры, определяющим социальный статус индивида. Характерный для мужчин «умеренный запах» указывает на их ведущее положение в социуме. С другой стороны, женщины с «сильным

запахом» занимают конечную позицию в социальной иерархии. «Благоухающий» символизирует идеальное социальное положение, в то время как «воняющий» представляет собой угрозу для общества.

Антропологи рассматривают межкультурные различия в отношении "запах- социальная группа". Так, система ольфакторной классификации южно-американских индейцев имеет три основополагающие категории запаха: 1. "нейтрально-пахнущие": взрослые мужчины, маленькие млекопитающие и птицы; 2. "резко-пахнущие": большинство видов рыб, пожилые мужчины и женщины, большие млекопитающие, некоторые амфибии, лекарственные растения; 3. "сильно-пахнущие": взрослые женщины, дети, млекопитающие и птицы, ядовитые растения) [Raab, 2001: 78]. Таким образом, можно заключить, что наличие ольфакторной классификации на «приятные», «неприятные» и «нейтральные» запахи и вытекающей отсюда характеристикой места, объекта, индивидуума и группы представляет собой универсальный опыт.

Изучение ольфакторности в **социологии**, в сравнении с другими областями науки, играет небольшую роль. Первые упоминания о чувственном восприятии с точки зрения социологии представлены в работе Т. Веблена "Теория праздного класса: экономическое исследование институций" [Veblen, 1899]. Автор критиковал обычаи и нравы, индивидуальное и коллективное мышление в индустриальном восточном обществе. При этом он призывает к таким социальным феноменам, как норма красоты, моды и "хорошего вкуса" в отношении чувственного восприятия.

Первым социологом, внесшим реальный вклад в изучение чувств, является Г. Зиммель. В своей основной работе он отдельным пунктом описывает социологию чувств. Этому он придает определяющее значение при взаимодействии индивидов: чувственные впечатления, считает он, передают эмоциональные или когнитивные реакции [Simmel, 1908: 647]. Он рассматривает обоняние как некое качество, имеющее значительное социологическое значение: по его мнению, обоняние имеет отношение к

социальному разделению, дискриминации и социальной дискредитации между индивидами, слоями общества, расами и нациями.

После Г. Зиммеля к теме чувственного восприятия обращались П. Бергер и Т. Лукманн [Berger, Luckmann, 1966]. Они не отрицали возможность интенсивного изучения чувств наряду с развитием "научной социоматики", социологии человеческого организма. В 70-х годах прошлого столетия социология определила запахи как новый предмет исследований, что предопределило появление новых работ, авторы которых представляют различные исходные позиции для дальнейших социологических исследований и считают, что социология запахов и ольфакторность должны в идеале развиваться как часть социального восприятия.

Из вышесказанного следует, что история ольфакторного восприятия не имеет строгой линии и традиционной преемственности. Однако сегодня очевидно, что запах и его восприятие, интерпретация и отношение к нему – это культурный, исторически и социально сформированный феномен, поэтому дискуссия о природе запахов, особенностях их восприятия и осмысления еще только набирает обороты.

Один из вопросов, занимающих сегодня умы ученых – можно ли описать запахи словами? Возможно ли при языковом описании запахов прийти к коммуникативному взаимопониманию, если мы говорим об индивидуальном восприятии и социальной коммуникации?

М. Плюмахер и П. Хольц [Plümacher, 2005], занимавшиеся исследованием данного вопроса, выяснили, что люди далеко не часто задумываются об ольфакторности и ее выраженности в языке, поскольку ее непосредственное восприятие нами практически не контролируется. Для решения задачи описать ольфакторные ощущения одним прилагательным говорящему приходится приложить определенные умственные усилия, при этом разные люди обозначают один и тот же запах по-разному: один назовет его "сладким", другой – "фруктовым", или даже "теплым" или "эротичным".

Или запах просто характеризуется как "приятный" или "неприятный".
Описания, как правило, произвольны и достаточно редки.

Отношения между запахом и языком чрезвычайно сложны, в первую очередь, в связи с отсутствием шаблонных лексем для выражения ольфакторных категорий практически в каждом языке (хотя существует и исключение из правил: например, в языке ли ванци – охотничьего народ в западно-африканской части Габона – включает специальные определения запаха (11 терминов), необходимые во время охоты, т.е. запахи когнитивно конструированы в этом языке как объективная реальность [Dubois, 1997:188]).

В качестве возможной причины отсутствия ольфакторной лексики называется уже упоминавшийся выше факт, что обоняние в течение эволюционного развития могло потерять свое значение в пользу зрения и слуха, играющих важную роль в восприятии окружающей среды, в ощущении и сохранении жизненного пространства. Второе эволюционно-историческое основание отсутствия специальной лексики для выражения запахов может быть связано с особенностями нейрофизиологических структур головного мозга: не существует систематической связи субкортикальной системы обоняния с соответствующими областями головного мозга, поскольку кортикальная секундная переработка ольфакторного стимула преимущественно осуществляется в правом полушарии головного мозга, не выполняющим вербальную функцию [Zusso, 1989; см. также Burdach, 1988: 22].

Отсутствие специальной ольфакторной лексики предполагает необходимость поиска путей решения проблемы обозначения запахов. Наиболее часто таким решением является описание запаха через его соотношение с абстрактной гедонистической нормой: приятные запахи оцениваются положительно, неприятные – отрицательно, в результате огромное многообразие запахов сводится в нашем словаре к нескольким обозначениям. Х. Д. Риндисбахер, исследовавший моделирование мира

запахов в романе П. Зюскинда «Парфюмер» отмечает: «В человеческой коммуникации мир запахов обладает биполярной структурой, и пространство между этими двумя полюсами практически пусто» [Риндисбахер, 2010: 587]. Поэтому, объясняя запах, мы вынуждены его с чем-то сравнивать, «нащупывать точную метафору для нашего обонятельного переживания» [Классен, 2010: 47]. Иначе говоря, формирование обонятельных значений базируется на лежащих в основе языковых явлений определенных когнитивных механизмах, к которым относятся метафорические и метонимические переносы, сравнение, взаимодействие метафоры и метонимии. При этом значительную роль играет запаховая идиосинкразия – отрицательный ольфакторный опыт оказывает влияние на оценочный компонент в описании запаха [Gschwind, 1998: 118].

Сложность и нестабильность процессов категоризации (и наименования) запахов усугубляется еще и их включением в разные контексты, личный опыт, состояния и ассоциации, часто интимные, находящиеся под социальным запретом или вообще невербализуемые. Наиболее успешной стратегией для преодоления такой сложной системы природных барьеров обозначения является синестетический путь метафорики, когда разные модальности восприятия обмениваются опытом и инвентарём. Это направление исследований сегодня успешно развивается (см., например, работы Молодкиной Ю.Н., Бардовской А.И., Колупаевой А.А. и др.). Интерес к изучению синестетических номинаций на основе обонятельной сферы сенсориума логичен, поскольку понимание происходящих при обозначении запахов когнитивных процессов способствуют более полному осознанию разнообразных сторон языкового аспекта интермодальности, вербальной фиксации межчувственных связей: "Изучение содержательного аспекта синестетической метафоры с обонятельным компонентом значения позволяет проследить специфику ее формирования и действия, а также сделать выводы относительно закономерностей привлечения обонятельных ассоциаций к описанию

разномодальных ощущений и восприятий и «заимствования» образов, соотносимых с различными ощущениями, для описания обонятельных ощущений" [Молодкина, 2009: 169].

Традиционно метафора, в том числе и ольфакторная, изучалась как составляющая часть различных художественных языков. Целый ряд исследований последнего времени рассматривают ольфакторный элемент смыслопорождения в творчестве тех или иных писателей, поэтику и символику запаха, с одной стороны, и агрессивность запаха (в первую очередь, неприятного), неустраняемого, с неизбежностью вдыхаемого), с другой [Рогачева, 2011; Зыховская 2005; и др.]. Первым лингвистическим исследованием, посвященным метафорике запахов в художественной литературе, была уже упомянутая выше работа Х. Д. Риндисбахера, обратившегося к анализу первого же в истории «запахового» художественного произведения – романа П. Зюскинда «Парфюмер». В нем Риндисбахер увидел и описал ольфакторные метафорические модели [Риндисбахер, 2010: 594-606] – факт, свидетельствующий о том, что авторские метафоры, несмотря на их кажущуюся специфичность, основываются на архетипических представлениях, а их развертывание подчиняется универсальным когнитивным законам, что делает возможным их научную интерпретацию. Универсальность когнитивного моделирования ольфакторных представлений делает возможным введение понятия «одорического кода» [Куликова, 2010], неких формул, заложенных в известных образцах художественной словесности и легших в основу ольфактория сегодняшнего времени. Язык, аккумулируя «память веков», предоставляет художнику арсенал слов, «намагниченных» смыслами.

Интерес в изучении ольфакторной метафоры не ограничивается филологией, исследования ведутся и в области изучения повседневной речи, а также в тех сферах, которые обращены к мышлению, познанию и сознанию, к концептуальным системам вплоть до моделирования искусственного интеллекта, исследуется семиотика запаха в контексте культуры и истории

как составляющей культуры [Епанешникова, 2011; Левинсон, 2000; Кабакова 2010; и др.]. Показательной в этом отношении является пережившая уже два издания коллективная монография "Ароматы и запахи в культуре" под редакцией О. Б. Вайнштейн, авторы которой рассуждают о запахе как аспекте нашей повседневной жизни, пытаются разгадать символические смыслы запахов [Ароматы и запахи в культуре, 2010].

Завершить этот небольшой обзор направлений исследования запахов хотелось бы обобщающими словами Ханса Д. Риндисбахера о том, что обоняние как природный феномен восприятия играет сегодня все более сложную и требующую все более глубокого теоретического восприятия роль. Следовательно, можно предположить, что разнообразные способы концептуального осмысления обоняния займут в ближайшем будущем подобающее им центральное место в исследованиях гуманитарных наук [Риндисбахер, 2010: 607].

ЛИТЕРАТУРА

1. Ароматы и запахи в культуре. В 2 томах / под. ред. О. Б. Вайнштейн. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – 609/659 с.
2. *Десмонд М.* Голая обезьяна / М. Десмонд. – СПб.: Амфора/Эврика, 2001. – 269 с.
3. *Епанешникова М. А.* Феномен запаха в культуре: особенности функционирования в сакральной и профанной сферах: автореф. ... канд. культурологии / М. А. Епанешникова. – Екатеринбург: УГУ им. А.М. Горького, 2011. – 15 с.
4. *Зыховская Н.Л.* Ольфакторная агрессия в художественном тексте / Н. Л. Зыховская // Речевая агрессия в современной культуре: сб. науч. трудов. – Челябинск, 2005. – С. 196-203.

5. *Кабакова Г.* Запахи в традиционной русской культуре / Г. Кабакова // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 2. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – С. 50-62.

6. *Классен К.* Значение и власть запаха / К. Классен, Д. Хоувз, Э. Синнотт // Ароматы и запахи в культуре. Кн. 1. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – С. 43-52.

7. *Куликова Н. А.* Одорический код в художественном тексте: лингвоэвокационное исследование (на материале художественной прозы А.П. Чехова): автореф. ... канд. филол. наук / Н. А. Куликова. – Барнаул: Горн.-Алт. ГУ, 2010. – 17 с.

8. *Левинсон А. Г.* Повсюду чем-то пахнет / А. Г. Левинсон. – М.: Логос. – № 1 (22). – 2000. – С. 24-41.

9. *Майоров В.* Восприятие запахов [Электронный ресурс] / В. Майоров // Наука и жизнь. №2. 2007. – Режим доступа: <http://www.nkj.ru/archive/articles/9034/>

10. *Молодкина Ю. Н.* Синестетические номинации запаха в лингвистике большого корпуса (на материале американских художественных текстов / Ю. Н. Молодкина // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. – №101 (22). – 2009. – С. 169-172.

11. *Риндисбахер Х. Д.* От запаха к слову: моделирование значений в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер» / Х. Д. Риндисбахер // Ароматы и запахи в культуре. Книга 2. / Сост. О. Б. Вайнштейн. – М.: Новое литературное обозрение, 2010. – С. 579-607..

12. *Рогачева Н. А.* Русская лирика рубежа 19-20 вв.: поэтика запаха: дисс. ... докт. филол. наук / Н. А. Рогачева. – Екатеринбург: УГУ им. А. М. Горького, 2011. – 519 с.

13. *Розанов В. В.* О себе и жизни своей / В.В. Розанов. – М.: Московский рабочий, 1990. – С. 598-560.

14. *Шеврыгин Б. В.* Человек в мире запахов / Б.В. Шеврыгин // Химия и жизнь. – №10. – 1972. – С. 69-70.

15. *Berger P. L.* The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge / Berger P. L., Luckmann Th. – NY.: Anchor Books, 1966. – 228 p.
16. *Burdach K. J.* Geschmack und Geruch: gustatorische, olfaktorische und trigeminale Wahrnehmung / K. J. Burdach. – Bern et al.: Huber, 1988. – 166 S.
17. *Dubois D.* Cultural beliefs as nontrivial constraints on categorization. Evidence from colors and odors / D. Dubois // Behavioral and brain sciences. – №20 (02). – 1997. – P. 188-188.
18. *Gschwind J.* Repräsentation von Düften / J. Gschwind. – Augsburg: Dr. Bernd Wißner, 1998. – 232 S.
19. *Jellinek P.* Die psychologische Grundlagen der Parfümerie / P. Jellinek, S. Jellinek. – Heidelberg: Hüthig Buch Verl., 1994. – 221 S.
20. *Plümacher M.* Speaking of Colors and Odors / M. Plümacher, P. Holz. – Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. – 246 p.
21. *Raab J.* Soziologie des Geruchs: über die soziale Konstruktion olfaktorischer Wahrnehmung / J. Raab. – Konstanz: UVK-Verl., 2001. – 325 S.
22. *Radcliffe-Brown A. R.* The Andaman Islanders / A. R. Radcliffe-Brown. – Cambridge: Univ. Press, 1933. – 510 p.
23. *Simmel G.* Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung / G. Simmel. – B.: Duncker & Humblot, 1908. – 782 S.
24. *Veblen Th.* The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institution / Th. Veblen. – NY.: B. W. Huebsch, 1908. – 400 p.
25. *Zucco G. M.* Hemispheric differences in odour recognition / G. M. Zucco, P. Tressoldi // Cortex. – Nr. 25 (4). – 1989. – P. 607-615.